

Sokaklardan Olimpiyatlara Olimpiyatlardan Sokaklara: Spor ve Hip-Hop Kültürü Arasındaki İlişki

*Mertkan ÜÇÜNCÜOĞLU**, *Utku TUNA*^{2*}

<https://doi.org/10.61150/jhss.2023060201>

¹ Doktora öğrencisi, İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Spor Yönetim Bilimleri ABD, İstanbul
² Araştırma Görevlisi, İstanbul Gedik Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, İstanbul

*Sorumlu Yazar: utku.tuna@gedik.edu.tr

Gönderilme Tarihi: 21.04.2023– Kabul Tarihi: 29.06.2023

Öz

Günümüz toplumunda önemli bir yeri bulunan spor, tarih boyunca yaşanan gelişmelerden etkilenerek birçok dönüşüme uğramıştır. Bu dönüşümlerin sonucu olarak büyük bir endüstri haline gelen sporun içerisinde her geçen gün yeni branşların ortaya çıktığı görülmektedir. Bu branşlardan bazıları daha önce spor olarak kabul edilmeyen etkinliklerden meydana gelmektedir. Bu çalışma, ortaya çıktıkları dönemde sportif bir faaliyet olarak görülmeyen etkinliklerin nasıl ve neden birer spor haline dönüştüğünü ve bununla birlikte spor ve hip-hop kültürü arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Hip-hop kültürünün unsurları arasında yer alan break dans, kaykay gibi yakın geçmişte olimpik spor olma niteliği kazanan aktiviteler sportifleştirme kavramının bir sonucu olarak görülmektedir. Sporun kültürel bir olgu olmasının yanı sıra bir endüstri haline dönüşmesi, onun geleceğinde etkili olan kararların sektörel sürdürülebilirlik odaklı alındığını ortaya koymaktadır. Özellikle ekonomik büyüme odaklı alınan kararlar neticesinde spor birçok teknolojik ya da kültürel gelişmeden direkt olarak etkilenmektedir. Bu çalışmada sporun daha geniş kitlelere ulaşmak için hip-hop kültürü ile dolaylı ya da doğrudan olarak girdiği ilişki ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Spor, Hip-Hop, Olimpiyat Oyunları, Sportifleştirme

From the Streets to the Olympics From the Olympics to the Streets: The Relationship Between Sports and Hip-Hop Culture

Abstract

Sports, which have an important place in today's society, have undergone many transformations under the influence of developments throughout history. As a result of these transformations, it is evident that new branches emerge every day within sports, which has become a huge industry. Some of these branches consist of activities that were not previously considered sports. This study examines how and why events that were not considered sports activities at the time they emerged turned into sports, as well as the relationship between sports and hip-hop culture. Activities such as break dancing and skateboarding, which are among the elements of hip-hop culture and have recently become Olympic sports, are seen as a result of the concept of sportification. The fact that sports has become an industry as well as a cultural phenomenon reveals that the decisions affecting its future are made with a focus on sectoral sustainability. Sports are directly affected by many technological or cultural developments, especially as a result of decisions focused on economic growth. In this study, the indirect or direct relationship between sports and hip-hop culture is revealed in order to reach wider audiences.

Keywords: Sports, Hip-Hop, Olympic Games, Sportification

1. Giriş

İnsanlığın başlangıcından bu yana insanlıkla iç içe var olan spor; tarihsel gelişiminde günden güne artan mücadeleci yönü, izlenebilir ve takip edilmeye değer bir nitelik kazanarak kendi başına bir iş olması sonucunda kitlesel bir ilgiye maruz kalmıştır. Kitlelerin yoğun ilgisiyle karşılaşılmasıyla birlikte spor, bugün küresel çapta rekabet edebilen bir endüstri haline gelmiştir. Küresel spor pazarının 2022'de 486,61 milyar dolar olan hacmi 2023'te %5,2'lik büyüme oranıyla 512,14 milyar dolara yükselirken, bu rakamın 2027 yılında 623,63 milyar dolara çıkması beklenmektedir (The Business Research Company, 2023). Geçirdiği bu dönüşüm ile birlikte spor, herkese kolayca ulaşmaya başlamış, yalnızca sahada ortaya konan fiziksel yapısının ötesinde bir kültür unsuru olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Küreselleşen yapısıyla birlikte kültürel bir unsur haline gelen spor, farklı kültürel unsurlarla sürekli olarak etkileşim içindedir. Sporun etkileşim içinde olduğu alt kültürlerden biri hip-hop kültürü olarak görülmektedir.

Hip-hop kültürü de aynı sporda olduğu gibi 1970'li yıllardan itibaren büyük bir evrim geçirmiş, artık neredeyse bir alt kültür olmaktan çıkarak çeşitli sektörleri etkileyen milyar dolarlık bir sektör haline gelmiştir. Bu çalışmada spor ile hip-hop kültürü arasındaki ilişki kapsamlı bir şekilde ele alınmış, hip-hop kültürünün unsurlarından olan break dans, kaykay ve 3x3 basketbolun olimpik hareket tarafından nasıl ve ne amaçla ele alındığı aktarılmaya çalışılmıştır.

2. Spor ve Müzik

Spor ile müzik arasındaki ilişki, köklü bir geçmişe sahiptir ve farklı şekillerde yeniden üretilerek devam etmektedir. Sporun temelinde olan ve hareketin hazırlığında her zaman bulunan “müzik”, temelini hareket etmenin oluşturduğu “spor” ile hep bir arada yer almaktadır (Çakır ve Korkmaz, 2015: 847).

Müzik, modern olimpiyat oyunları için de önemli bir yer tutmaktadır. Şarkıcıların özel olarak besteledikleri ilahilerle ün kazandığı, sporcuların trompetle davet edildiği ve flütçülerin pentatlona eşlik ettiği Antik Yunan Olimpiyat Oyunları'ndan beri sporun içerisinde müziğin kendisine yer bulduğu, Modern Olimpiyatların kurucusu Pierre de Coubertin'in müziği ve diğer sanat biçimlerini oyunlara entegre etme arzusu olduğu (Bateman, 2014: 297) ve müzikal performanslara 1896'daki ilk oyunlardan itibaren yer verildiği bilinmektedir (Bateman ve Bale, 2008: 3). Hemen hemen tüm olimpiyat oyunları görkemli açılış ve kapanış törenlerine sahne olurken müzik her zaman bu törenlerin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. O zamana kadar yapılan en büyük açılış törenine sahne olan 1936 Berlin Olimpiyat Oyunları'nda Berlin stadyumunda bin beş yüz kişilik koro ile iki yüz kişilik orkestra, neredeyse stadyumda merkezi bir konuma, hükümet locasının tam karşısına özel olarak yerleştirilmiştir (Uluğ, 1936). Bir başka özel örnek, 2012 Londra Olimpiyatlarıdır. 2012 Londra Olimpiyat Oyunları'nın açılış seremonisinde bir pop müzik tarihi özeti şeklinde geçerken müzik;

İngiltere tarafından olağan ve doğal bir ifade aracı olarak kullanılmıştır (Park ve Tae, 2016: 182). Spor ile müzik arasındaki bu çok yönlü ilişki her geçen gün güçlenerek devam etmektedir.

Senkronize yüzme, ritmik cimnastik, binicilik gibi bazı spor branşları, uygulama esnasında müzik ile birlikte yapılmaktadır ve müzik, gerçekleştirilen etkinliğin doğal bir parçasıdır. Bununla birlikte müzik; sporda performans, motivasyon, pazarlama vb. birçok alanda etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Sporda müziğin performansa etkisine yönelik yapılan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Farklı müzik türlerinin performans üzerinde farklı etkiler gösterdiği çok sayıda çalışmayla ortaya konmuştur. Müziğin, bir sporcunun psikolojik durumu üzerinde doğrudan ve öngörülebilir bir etkiye sahip olabilen birkaç uyarandan biri olduğunu ifade eden Karageorghis (2017), Amerikan Futbol Ligi NFL takımlarının birçoğunun antrenman kamplarının bir parçası olarak müziği kullandığını belirtmektedir. Laukka ve Quick (2011) tarafından müziğin spor ve egzersizde duygusal ve motivasyonel kullanım nedenlerini anlamaya yönelik olarak yapılan çalışmada; sporcuların en çok ön hazırlık, ısınma ve antrenman seansları sırasında müzik dinledikleri ve müzik dinlemenin en yaygın nedenleri olarak etkinlik öncesi aktivasyonu, olumlu etkiyi, motivasyonu ve performans seviyelerini artırmak olarak belirlenmiştir. Dıştan gelen bir faktör olarak müziğin, yapılan egzersizlerde tüm vücut mekanizması üzerinde olumlu etki yarattığı saptanmıştır (Erdal, 2005). Müziğin, bir “ruh hali dengeleme” stratejisi olarak (Stevens ve Lane, 2001) müsabaka öncesinde dinlenmesiyle sporcuların performanslarının artmasına destek olduğu belirlenmiştir. Müziğin spor üzerindeki etkilerinin incelendiği Çelik ve Karabilgin (2022) tarafından yapılan bir çalışmada, egzersiz esnasında müzik dinlenmesinin, “*sporcuda kendine güven, kendine değer verme, konuya odaklanma, daha fazla egzersiz yapma konularında sporcuları olumlu etkilediği*” sonucuna varılmıştır.

Ayrıca müzik ve spor, günümüzde bilinçli bir şekilde iç içe geçmiştir ve bu genelde oyuncularını uyandırmak ya da kalabalığın ilgisini aktif tutmak için uygun seçimleri yapması için istihdam edilen DJ'ler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir (Karageorghis ve Terry, 2009: 14). Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de birçok spor kulübü karşılaşma esnasında, öncesinde ve sonrasında özellikle taraftarlarının ilgisini aktif tutabilmek için müzikten faydalanmaktadır. Özellikle gol, sayı, savunma vb. bir spor için büyük önem arz eden anlar için özel ses efektleri kullanılmaktadır. Örneğin; Beşiktaş kendi sahasında oynadığı basketbol maçlarında serbest atışlarda elde ettiği her sayının ardından kulübün simgesi olan “Kartal” sesini kullanmaktadır. Ayrıca hemen hemen tüm spor kulüplerinin taraftarları tarafından ezbere bilinen tezahürat ya da marşları bulunmaktadır. Çakır ve Korkmaz'a (2015: 855) göre; somut olmayan spor mirası içerisinde yer alan “tezahürat”, sözlü gelenek biçimi olarak yaratıcılığı teşvik ederken duyguları canlandırması ve anıların yeniden hatırlanması vasıtasıyla geleneğin sürekliliğini de sağlamaktadır.

1960'lı yıllardan itibaren pop müziğin ortaya çıkmasıyla birlikte spor ile müzik arasındaki ilişki güçlenirken (Bateman, 2014: 298), bazı popüler müziklerin sporda kolayca ve doğrudan kullanıma uygun olduğu belirtilmektedir (McGuinness, 2009: 186). Bu durumun en net örneği olarak dünyaca ünlü İngiliz müzik grubu Queen'in "We Are The Champions" isimli şarkısı gösterilebilir. Şarkı piyasaya çıktığı 1977 yılından bu yana birçok spor organizasyonunda özellikle kapanış törenlerinde kullanılmaktadır. Ayrıca birçok popüler müzisyen spor kulüpleri ya da ulusal takımlar için spor temalı şarkılar üretmişlerdir. 2001 Avrupa Basketbol Şampiyonası öncesinde ünlü Türk rock grubu Athena tarafından yapılan "12 Dev Adam" şarkısı, A Milli Erkek Basketbol Takımı için bir sembol haline dönüşmüştür. Benzer şekilde 2002 FIFA Dünya Kupası öncesinde ünlü Türk pop şarkıcısı Tarkan Tevetoğlu tarafından A Milli Futbol Takımı için yapılan "Bir Oluruz Yolunda" isimli şarkı dikkat çekmiştir.

3. Spor ve Hip-Hop Kültürü

Toplumda yaşanan gelişmelerden ve farklı kültürel unsurlardan etkilenen sporun, günümüzde hip-hop kültürü ile de kapsamlı bir ilişkiye sahip olduğu görülmektedir. Hip-hop kültürünün 1970'li yıllarda ABD'de uzun süredir devam eden ırksal önyargı, kültürel zulüm, sosyal, ekonomik ve politik eşitsizliklerle mücadele sırasında bir ifade aracı ve dışlanmış, ötekileştirilmiş ve ezilen gençlerin ateşlediği yeni nesil bir insan hakları hareketi olarak ortaya çıktığı düşünülmektedir (Price, 2006: 1). Benzer şekilde Jeffries (2011: 1) hip-hop kültürünün; New York ve diğer Amerikan şehirlerindeki insanların ekonomik ihmal ve adaletsizlik karşısında sokaklara dökülmesi sonucu ortaya çıktığını ve break dans, DJ'lik, rap müzik ve grafiti sanatı gibi temel unsurlar etrafında şekillendiğini ifade etmektedir. Bunun yanında zaman içerisinde birçok unsurun hip-hop kültürü ile ilişkili hale geldiği de görülmektedir. 1950'li yılların başlarında Amerika Birleşik Devletleri'nde sörfçülerin, sörf yapmaya uygun olmayan koşullarda karada da benzer pratikleri sürdürmek için geliştirdikleri kayak günümüzde olimpik bir spor olarak karşımıza çıkmaktadır. Benzer dönemlerde ortaya çıkan kayak sporu ve hip-hop kültürünün özellikle 2000'li yıllardan itibaren birbirleriyle ilişkili hale geldiği görülmektedir. Hip-hop ile kayak, başlangıçta birbirleriyle ilişkili olmasa da özellikle 2000'li yıllardan itibaren rap müzik şarkıcılarının ilgi göstermesi, hip-hop ile anılan markaların kaykaya özel ayakkabılar üretmesi ve kayak parklarında rap müziğin en çok dinlenen müzik olmasıyla kolektif bir ilişkiye girmiştir (Akyıldız, 2021). Bununla birlikte Adidas ve Nike gibi dünyaca ünlü spor giyim markalarının kayak sporu ile ilgili ürünler ürettiği görülmektedir.

1970'li yılların ABD'sinde ortaya çıkan hip-hop kültürü kısa sürede tüm dünyada karşılık bularak geniş kitlelerin ilgisini çekmeyi başardı. Bunun bir sonucu olarak günümüzde hip-hop; bir müzik tarzının yanı sıra moda, araba tasarımı, televizyon programcılığı, spor ve pazarlama gibi çeşitli alanları etkileyen milyarlarca dolarlık bir endüstri olarak kabul edilmektedir (Taylor ve Taylor,

2004). Hip-hop kültürü ile spor arasındaki ilişkiye dair en belirgin örneklerin yine bu kültürün ortaya çıktığı Amerika'da meydana geldiği görülmektedir. Wenzel (2001: 73), Afro-Amerikalıların basketbol ile tanışmasının 1950'lere dayandığını ve özellikle kısa sürede New York'ta büyük bir basketbol patlaması yaşandığını belirtirken, ayrıca basketbol sahalarının az yer kaplaması, bu sporun pahalı ekipmanlar gerektirmemesi gibi nedenlerin sokak basketbolunu bir getto sporuna dönüştürdüğünü ifade etmektedir.

Her geçen gün yeni kitlelere ulaşmayı hedefleyen spor organizasyonları için hip-hop farklı bir yol sunmaktadır. Bu noktada sokak basketbolundan çıkan birçok oyuncunun mücadele ettiği Amerikan Ulusal Basketbol Ligi (NBA) kendisini çeşitli müzik tarzlarıyla ilişkilendirerek yeni kitlelere ulaşmaya çalışıyor gibi görünse de müzik endüstrisi ile profesyonel basketbol arasındaki etkileşim, genel olarak en çok hip-hop aracılığıyla gerçekleşmektedir (McLeod, 2006: 537). Tony Parker, Shaquille O'Neal, Kobe Bryant ve Allen Iverson gibi birçok NBA yıldızı rap albümü kaydetmiş, bu albümler ticari olarak başarılı olmasa da hip hop ile basketbol arasındaki ilişkiyi pekiştirmiştir (McLeod, 2006: 532).

Dünyaca ünlü hip-hop şarkıcısı Aubrey "Drake" Graham'ın 2013 yılında NBA takımı Toronto Raptors tarafından yeniden markalaşma süreci kapsamında "Küresel Elçi" ilan edilmesi, bir diğer dünyaca ünlü hip-hop şarkıcısı Shawn Corey Carter'ın (Jay-Z), NBA takımı Brooklyn Nets'in hisselerine sahip olması hip-hop ile spor arasındaki ilişkinin farklı boyutları olarak görülmektedir. Tüm bunların yanında birçok rap şarkıcısı, şarkılarında spora (özellikle basketbol) yer vermektedir. Ayrıca birçok elit sporcu müsabakalardan önce hazırlık aşamasında son ana kadar müziği kullanmaktadır. Örneğin; modern olimpiyat oyunlarının en çok madalya kazanan sporcusu konumundaki dünyaca ünlü yüzücü Michael Phelps'in yarışma başlangıcına kadar çoğunlukla rap ve hip-hop şarkıları dinlediği, benzer şekilde dünyaca ünlü tenisçi Andy Murray'nin karşılaşmalardan önce hip-hop şarkıları dinlediği bilinmektedir (Karageorghis, 2017).

Break dans, DJ'lik, rap müzik ve grafiti etrafında şekillenen hip-hop kültürünün giyim ve dil unsurları ile zenginleştiği düşünülmektedir (Rajakumar, 2012: 3). Bu noktada hip-hop kültürünün özellikle gençler arasında bir moda kavramı olarak da ön plana çıktığı görülmektedir. Wenzel (2001: 135), "*Sokak Basketbolu: Sosyal bilim perspektifinden bir gençlik kültürü fenomeni*" isimli kitabında; sokak basketboluna elverişli ortamın olmadığı aylarda bile gençlerin bu spora bağlılığının devam ettiğini ve bu bağlılığın hip-hop tarzının sportif bir çeşidine denk gelen bir stil ile gerçekleştiğini ifade etmektedir. Özellikle bir spor dalına uygun ve sporda kullanılmak üzere tasarlanan spor ayakkabıları, geçtiğimiz yüzyıl içerisinde sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak değişim göstermiş, spor yapmanın ötesinde günlük yaşam içerisinde kullanılan bir tasarım nesnesi olarak günümüze ulaşmıştır (Öymen, 2018). Nike hakkında yapılan bir vaka çalışmasına göre (Nike Report, 2018)

Nike'nın 12-35 yaş arası tüketicileri hedef müşteri grubu olarak belirlediği ve bu yaş grubundaki gençleri hip-hop kültürü ile ilişkilendirdiği belirtilmiştir. Ayrıca kampanyalarının başarılı bir şekilde ilerleyebilmesi için milenyum ve Z jenerasyonu gençlerin çok önemli olduğu belirtilmiştir. Bir diğer dünyaca ünlü spor giyim markası Adidas, Z kuşağı müşterilerinin özellikle spor, hip-hop ve çılgın kültür için önemli bir dönem olan 1990'ların ve 2000'lerin başlarının estetiğine ilgi duyduğunu belirtmektedir (Maguire, 2019).

Wenzel (2001: 88); Adidas'ın basketbol pazarında daha aktif olabilmek için spor ve hip-hop arasındaki bağlantıdan faydalandığını ifade ederken, bunun en çarpıcı örneği olarak 1980'li yılların dikkat çeken hip-hop gruplarından Run-DMC'nin "My Adidas (Benim Adidas'ım)" isimli şarkısına vurgu yapmaktadır. Grup bu şarkısıyla bir spor markası olan Adidas'a bağlılığını ortaya koyarken, hip-hop ve spor giyim arasındaki bağlantının açık bir şekilde ortaya çıktığı görülmektedir. Ayrıca bazı spor takımları ve spor ekipmanları üreticilerinin sembol ve giysileri ile ilişkilendirilen hip hop hareketi, bir kulübün marka değerinin gelişimi için önemli bir potansiyel içermektedir (Manivet ve Richelieu, 2008: 141). Örneğin; rap ve hip-hop sayesinde beyzbol şapkasının küresel ölçekte, özellikle gençlik döneminde kot pantolon gibi kültürel birliğin sembolik bir ortak noktası haline geldiği düşünülmektedir (Desbordes ve Richelieu, 2012: 19).

Spor ile hip-hop kültürünün etkileşiminin geldiği son nokta olarak, hip-hop kültürünün birer parçası olan break dans, kaykay ve sokak basketbolunun (3x3 basketbol) olimpik spor dalları olarak olimpiyat oyunlarına dahil edilmesi gösterilebilir. Tüm bunlar spor ile hip-hop kültürü arasındaki kapsamlı ilişkiyi açıkça ortaya koymaktadır

4. Sportifleştirme: Kaykay ve Break Dans'ın Olimpiyat Oyunları'na Girişi

Modern Olimpiyat Oyunları başladığı 1896 yılından bu yana sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak önemli değişimlere uğramıştır. 1896'daki ilk oyunlarda toplamda 241 sporcu yarışırken, günümüzde Yaz Olimpiyat Oyunları, 200'den fazla ülkeyi temsil eden 10.000'den fazla sporcu, seyircilere satılan 10 milyondan fazla bilet ve dünya çapında milyarlarca televizyon izleyicisi ile dünyanın en büyük spor organizasyonu olarak öne çıkmaktadır (Baade ve Matheson, 2016: 201).

Tokyo 2020 Yaz Olimpiyatları'na kaykayın, Paris 2024 Yaz Olimpiyatları'na break dansın bir madalya sporu olarak eklenmesi ile birlikte spor ile hip hop kültürü arasındaki ilişki farklı bir konuma ulaştığı söylenebilir. Bu ilişkinin şekillenmesi sportifleştirme kavramıyla birlikte gerçekleşmektedir.

Rodgers'a göre (1977) bir spor dalında temel olarak yer alması gereken dört unsur vardır;

1. Fiziksel aktivite içerme,

2. Rekreasyonel bir amaçla uygulanabilir olma,
3. Rekabet unsuru içerme,
4. Kurumsal organizasyon yapısına sahip olma.

Gratton ve Taylor (2000) ise bu dört temel özelliğe ek olarak, bir etkinliğin spor olarak düşünülmesi için "genel kabul" kriterine (örneğin; medya ya da spor ajansları tarafından) sahip olması gerektiğini belirtmektedir. Özellikle son yıllarda birçok yeni spor türünün ortaya çıkması, daha önce spor olarak kabul edilmeyen birçok etkinliğin spor olarak görülmeye başlanması ve hatta birer olimpik spor haline alması sportifleştirme kavramının ön plana çıkmasına neden olmuştur.

Heere (2018), sportifleştirme kavramı iki farklı şekilde ele almaktadır;

- Spor dışı bir faaliyeti, bir spora benzeyecek ve bireylerin rekabet etmeleri, işbirliği yapmaları, performanslarını birbirleriyle, gelecekteki ve geçmiş performanslarıyla karşılaştırmaları için adil, zevkli ve güvenli bir ortam sağlayacak şekilde organize etmek ya da düzenlemek.
- İzleyicileri için daha çekici hale getirmek için mevcut bir aktiviteye bir spor bileşeni eklemek.

Modern sporların yakın geleceğinde sportifleştirme ve oyunlaştırma kavramlarının ivme kazanması, yeni sporların ortaya çıkması, bazı sporların yavaş yavaş ortadan kalkması, formatını değiştirmeyen veya zaman içinde gelecek nesillerin ihtiyaçlarına göre ayarlanmayan sporların muhtemelen payını kaybetmesi beklenmektedir (Devecioğlu, 2020: 1).

Sportifleştirme kavramına; e-spor, kaykay, break dans gibi spor olup olmadıklarına yönelik çeşitli tartışmalara maruz kalan branşlar örnek olarak gösterilebilir. Özünde spor branşı olarak tasarlanmayan, farklı kültürel ortamlarda ortaya çıkan bu tür branşların, olimpik spor branşı olma süreçleri oldukça dikkat çekicidir. Hip-hop ve sokak kültürünün birer parçası olarak kabul edilen kaykay ve 3x3 basketbol branşları, 2021 yılında, ertelenen Tokyo Olimpiyat Oyunları'nda ilk kez sahneye çıkmıştır.

4.1. Kaykay

1900'lü yılların başında ortaya çıktığı düşünülen kaykay, 1950'li yıllardan itibaren dünya çapında popüler hale gelmeye başlamış, 1960'lı yıllardan itibaren ise ilk kaykay parkları, yarışmalar ve modern kaykaylar ortaya çıkmıştır (Lombard, 2015: 8). 1970'li ve 1980'li yıllarda modernleşme süreci hızla devam ederken, 1990 başlarına gelindiğinde sektörde yer alan dergiler, firmalar, profesyonel sporcular, videolar, uluslararası yarışmalar, internetin etkisi kaykay sporunu dünya çapında daha da bilinir hale getirirken, 1990'lı yılların sonunda ise "Ekstrem Spor" kategorisi altında spor dünyasındaki yerini tam olarak edindiği görülmektedir (kaykay.gov.tr, 2021).

1924 yılında kurulan Fédération Internationale de Patinage a Roulettes (Uluslararası Tekerlekli Paten Federasyonu), kaykay sporunun gelişmesinde önemli bir yer tutmaktadır. 1970'li yıllarda Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC) ve Global Association of International Sports Federations (Uluslararası Spor Federasyonlarının Küresel Birliği) tarafından tanınmaya başlayan Uluslararası Tekerlekli Paten Federasyonu 2017 yılından bu yana "World Skate" ismiyle küresel anlamda paten sporlarının temsilini gerçekleştirmektedir (World Skate, 2021). 2014 Yaz Gençlik Olimpiyatları'nda gösteri sporu olarak yer alan kaykay sporu, Tokyo'da gerçekleştirilen 2020 Yaz Olimpiyatları'nda bir madalya sporu olarak ilk kez yer alma hakkı kazanmıştır.

Tokyo 2020 Olimpiyat Oyunları Organizasyon Komitesi'nin yeni sporlarla ilgili önerisi sırasında IOC tarafından bir rehber oluşturması amacıyla 35 kriter belirlenmiş ve bu kriterler 5 tema altında toplanmıştır (IOC, 2016: 11). Bu temalar şu şekildedir;

- Olimpik teklif,
- Olimpiyat Oyunlarına katacağı değer (katma değer),
- Kurumsal konular,
- Popülarite,
- İş modeli.

Olimpiyat oyunlarına dahil edilecek yeni sporların seçilmesi sırasında oluşturulan kriterler arasında katma değer kavramı ön plana çıkmaktadır. Belirlenen 5 tema içerisinde yer alan katma değer kavramı; oyunlar sırasında, miras ve gençlik olmak üzere üç başlık altında ele alınmaktadır. Kaykayın olimpik bir spor olarak Tokyo 2020 Yaz Olimpiyatları'na katacağı değerler hazırlanan Olimpik Program Komisyonu Raporu'nda benzer şekilde ele alınmıştır. (Tablo 1).

Tablo 1. Kaykayın Olimpiyat Oyunlarına Sağlaması Beklenen Değerler

Oyunlar sırasında	Aktif olarak katılan ve her iki cinsiyetten de geniş bir izleyici kitlesi çekecek gençlik ve şehir odaklı bir spordur.
Miras	Katılım ve etkileşim, Tokyo 2020 Olimpiyat Oyunlarına kaykayın dahil edilmesinden hem sosyal hem de fiziksel bir miras sağlayacaktır.
Gençlik	Kaykayın katılım için düşük engelleri vardır ve bu nedenle gençlerle oldukça kolay ilişki kurar. Dünyanın en iyi kaykaycıları da sosyal medyada milyonlarca takipçi ile güçlü bir dijital varlığa ve etkiye sahiptir.

Kaynak: IOC (2016). Olympic Games Tokyo 2020. Tokyo 2020 OCOG Proposal on New Sports.

Tokyo 2020 Yaz Olimpiyatları sırasında 25 Temmuz - 5 Ağustos 2021 tarihleri arasında yaşları 12 ila 46 arasında değişen 25 farklı ülkeden 80 sporcu park ve sokak disiplinlerinde mücadele etmiştir. Tablo 2'de görüldüğü üzere sadece madalya alan sporcular göz önüne alındığında bile beklenen değerler ile ortaya çıkan sonuç arasında bir örtüşme meydana geldiği söylenebilir. Bu spora genç yaşlarda en üst seviyede katılım gösteren sporcuların sosyal medya üzerinden binlerce insana ulaştığı görülmektedir.

Tablo 2. Tokyo 2020 Yaz Olimpiyatları'nda Madalya Kazanan Kaykay Sporcuları ve Instagram Takipçi sayıları (05.05.2023)

Sporcu	Uyruk	Madalya	Doğum Tarihi	Takipçi Sayısı
Keegan Palmer (Erkekler Park)	Avustralya	Altın	12.03.2003	149 bin
Pedro Barros (Erkekler Park)	Brezilya	Gümüş	16.03.1995	558 bin
Cory Juneau (Erkekler Park)	ABD	Bronz	10.06.1999	101 bin
Sakura Yosozumi (Kadınlar Park)	Japonya	Altın	15.03.2002	109 bin
Kokona Hiraki (Kadınlar Park)	Japonya	Gümüş	26.08.2008	67 bin
Sky Brown (Kadınlar Park)	Büyük Britanya	Bronz	07.07.2008	1,3 milyon
Yuto Horigome (Erkekler Sokak)	Japonya	Altın	07.01.1999	1,5 milyon

Kelvin Hoefler (Erkekler Sokak)	Brezilya	Gümüş	10.02.1993	100 bin
Jagger Eaton (Erkekler Sokak)	ABD	Bronz	21.02.2001	415 bin
Momiji Nishiya (Kadınlar Sokak)	Japonya	Altın	30.08.2007	153 bin
Rayssa Leal (Kadınlar Sokak)	Brezilya	Gümüş	04.01.2008	6,4 milyon
Funa Nakayama (Kadınlar Sokak)	Japonya	Bronz	17.06.2005	83 bin

4.2. Break Dans

Sportifleştirme kapsamında dikkat çeken bir diğer örnek ise break dans olarak öne çıkmaktadır. Dünya Dans Sporları Federasyonu'nun resmi disiplinleri arasında "breaking" adıyla yer alan ve hip-hop kültürünün temel elementlerinden biri olarak 1970'li yıllarda New York'ta ortaya çıkan break dansın kentsel bir dans türünden uluslararası alanda tanınan bir kültürel sanat formuna doğru ilerlediği görülmektedir (worlddancesport.org, 2021). Break dans yarışmalarının ilk örnekleri dans kulüplerinde, gençlik merkezlerinde, okullarda ve paten pistlerinde ortaya çıkarken, ilk büyük uluslararası etkinlikler 1990'larda Kuzey Amerika ve Avrupa'da yapılmaya başlanmıştır (Li ve Wexler, 2019: 437). Bu süreçte sportifleştirme eğilimini ortaya koymaktadır.

İlk olarak 2018 Gençlik Olimpiyat Oyunlarına dahil edilen break dansın, Paris'te düzenlenecek 2024 Yaz Olimpiyatları'nda resmi bir spor olarak yer alacağı açıklanmıştır. Kaykayda olduğu gibi break dansın olimpiik bir spor olarak 2018 Gençlik Olimpiyat Oyunlarına katacağı değerler hazırlanan Olimpik Program Komisyonu Raporu'nda benzer şekilde ele alınmıştır. (Tablo 3).

Tablo 3. Break Dansın, 2018 Gençlik Olimpiyat Oyunlarına Sağlaması Beklenen Değerler

Oyunlar sırasında	<ul style="list-style-type: none"> Gençlerin beklentileri ve ilgi alanlarıyla mükemmel bir uyum içindedir. IOC'nin gençleri çekme, cinsiyet eşitliğini teşvik etme ve karma takım etkinliklerinin sayısını artırma arzusunu güçlü bir şekilde destekleyecektir. Break dans yarışmalarının organize edilmesi kolaydır ve minimum ekipman gerektirir, bu nedenle çok fazla ek harcama yaratmayacaktır. Ayrıca Olimpiyatların "Dostluk", "Saygı" ve "Mükemmellik" değerleriyle de güçlü bir şekilde uyumludur. Ek olarak, dans sporları; müziği spora bağlar ve bu da "Uyum" ve "Güzellik" gibi ek değerleri getirir.
Miras	<ul style="list-style-type: none"> Oyunlara: Hareket yoluyla müziği ve ifadeyi içeren benzersiz bir spor ekler. Breakdance ayrıca yeni ortaklıklar sunabilir veya mevcut olanları güçlendirebilir (ticari/sponsorluk anlamında). Dans Sporları / break dans, Gençler arasında geniş bir hedef kitleye sahiptir. Yeni altyapı gerekmediğinden, Dans Sporları sürdürülebilirlikle ilgili çabalara katkıda bulunuyor. Halka: Gençleri spora dahil etmek için Gençlik Olimpiyat Oyunlarının çeşitli yenilikçi fikirlerine katkıda bulunur. Katılmak / parçası olmak, genç, canlı, yenilikçi ve şenlikli bir atmosfer yaratmak için fırsatlar sunar. Çok geniş bir demografik kitleye hitap eder. Spor dünyasına: Gençlik Olimpiyat Oyunları'nda temsil edilen sporların kapsamını genişletir, böylece hayatın her kesiminden sporcuları dahil eder. Dans Sporları muhteşem, dinamik ve eğlenceli olmasının yanı sıra titiz ve teknik olarak zorlu bir spordur.
Gençlik	<ul style="list-style-type: none"> Cinsiyetleri ortak etkinlikler yoluyla birbirine bağlar, Gençlerin moda ifade araçlarını tanımalarına olanak tanır, Spor organizasyonlarına daha yakın hissetmelerine yardımcı olur, Gençleri Olimpiyat değerlerine ve etkinliklerine yeniden çeker, Tüm faaliyetler için bir spor olarak, çok sayıda gencin katılımını ve bir araya gelmesini sağlar.

Kaynak: IOC (2016). Buenos Aires 2018 Youth Olympic Games Proposal for Additional Sports. Olympic News.

7 Aralık 2020 tarihinde IOC tarafından yapılan açıklamada break dansın 2024 Yaz Olimpiyatları'nda resmi bir madalya sporu olarak yer alacağı duyurulmuştur. Paris 2024 Yaz Olimpiyatları'nda aralarında breakdansın da (breaking) bulunduğu yeni sporların önerilmesi sırasında

bazı temel ilkeler göz önünde bulundurulmuştur (IOC, 2019: 47). Bu üç temel ilke şu şekildedir;

- 2020 Olimpiyat Gündemi ve IOC'nin serbestçe erişilebilen ve kalıcı tesisler gerektirmeyen sporları içeren “Yeni Normu” ile uyumlu, sürdürülebilir ve sosyal açıdan sorumlu oyunlar.
- Kentte her yerde ve her zaman oynanabilen, sosyal medyaya katılımı sağlayan, hem bir ifade aracı hem de bir yaşam biçimi olan sporlarla gençlerin ilgisini çeken, zamana uygun, yeni izleyici kitlelerine ilham veren oyunlar ve diğer ortamlar.
- Kültürel olarak ilgili, cinsiyet eşitliği, ilgi çekici, erişilebilir, kapsayıcı, geleneksel arenaların dışında oynanabilen ve yaratıcılığa ilham veren muhteşem sporlar aracılığıyla Paris 2024 kimliğini yansıtan oyunlar.

5. Olimpiyat Oyunları ve Yeni Sporlar

IOC tarafından 2014 yılında yayınlanan “Olimpik Gündem 2020: 20+20 Öneri” belgesinde spora dayalı bir programdan etkinliğe dayalı bir programa geçilmesi hedeflendiği belirtilmektedir (IOC, 2014: 14). Bu doğrultuda Olimpiyat Oyunları’nda ev sahibi organizasyon komitelerinin Olimpiyat programına bir veya daha fazla ilave etkinliğin dahil edilmesi yönünde teklifte bulunmalarına izin verilmiştir. Bunun bir sonucu olarak 2020 Tokyo Yaz Olimpiyat Oyunları’nda kayak, beyzbol/softbol, karate, sportif tırmanış ve sörf gibi yeni sporların programda kendisine yer bulduğu görülmektedir. Benzer şekilde 2024 Paris Yaz Olimpiyat Oyunları’nda ek sporlar olarak break dans (breaking), sportif tırmanış, kayak ve sörf yer alacaktır.

Özellikle 2020 ve 2024 Yaz Olimpiyatları’na eklenen yeni sporlarla birlikte olimpik programda tematik değişiklikler yapılmıştır. IOC Başkanı Thomas Bach bu durumu “*Geçen yıl Tokyo 2020 programına eklenen beş yeni sporla birlikte bugün onayladığımız büyüleyici yeni etkinlikler, Olimpiyat programında bir adım değişikliği temsil ediyor. Tokyo'daki Olimpiyat Oyunlarının daha genç, daha şehirli ve daha fazla kadını kapsayacak olmasından çok memnunuz.*” şeklinde belirtmiştir (IOC, 2017).

Uluslararası Olimpiyat Komitesi tarafından “Olimpik Gündem 2020” kapsamında Olimpik Hareketin geleceğini şekillendirme amacıyla yapılan 40 öneri içerisinde sürdürülebilirlik, maliyetlerin düşürülmesi, topluluklarla iletişim kurma ve spor ile kültürü harmanlama gibi noktalara vurgu yapıldığı görülmektedir (IOC, 2014). Dolayısıyla kayak, break dans ve 3x3 basketbolun Olimpiyat programına dahil edilmesi, Olimpik hareketin sürdürülebilirlik ve Z kuşağı olarak adlandırılan yeni nesil gençlere ulaşma hedeflerini yeni sporlar aracılığıyla gerçekleştirme çabaları olarak değerlendirilebilir.

Sosyolojik tanımlar incelendiğinde kuşaklar, belli tarihlerde doğmuş, sosyalleşme sürecinde ortak sosyal,

politik, ekonomik vb. olaylardan etkilenmiş, koşullar gereği benzer sorumluluklar yüklenmiş oldukları için ortak değer, inanç, beklenti ve davranışlara sahip gruplar olarak tanımlanabilir (Taş, Demirdöğmez, ve Küçükoglu, 2017: 1034).

Seemiller ve Grace’e göre (2018) kuşaklar ile ilgili yapılan çalışmalarda kuşakların başlangıç ve bitiş tarihleri arasında genellikle 1 ila 2 yıl gibi farklar bulunmaktadır. Ancak bu kuşak aralıkları için seçilen tarihler genellikle zamanın önemli kültürel ve toplumsal sorunları yansıttığı için yapılan çalışmalarda genel olarak doğum yılı aralıkları üzerinde çok daha fazla anlaşma durumu bulunmaktadır (Tablo 4).

Tablo 4. Kuşakların Sınıflandırılması

Kuşak İsmi	Dönemi
Sessiz Kuşak	1925 - 1945
Bebek Patlaması Kuşağı	1946 - 1964
X Kuşağı	1965 - 1980
Y Kuşağı	1981 - 1995
Z Kuşağı	1995 - 2010

Kaynak: Seemiller, C., ve Grace, M. (2018). Generation Z: A century in the making. Routledge.

Her ne kadar kuşaklarla ilgili olarak kesin tarihler belirlenmemiş olsa da Z kuşağının 1990’lı yılların ikinci yarısı ile 2010’lu yıllar arasında doğan bireyleri kapsadığı söylenebilir. 2000’li yıllar dünyanın çevresel felaketlerle, terör saldırılarıyla, ekonomik krizlerle ve iktidar mücadeleleriyle şekillendiği, internetin yeni bir iletişim dili ve sosyalleşme mecrası oluşturduğu yeni bir döneme Z kuşağı aracılığıyla tanıklık etmektedir (Altuntuğ, 2012: 208). Z kuşağının teknolojik gelişmelerin yoğun bir şekilde yaşandığı bir dönemin içerisinde dünyaya geldikleri bilinmektedir. Z Kuşağı mensupları; teknoloji ile doğup büyüyen, bilgiye çok çabuk ulaşan, hırslı ve maddeci olarak değerlendirilirken, ayrıca bu kitlenin daha dikkatsiz, hız tutkunu, bağımsız, özgüveni yüksek, yalnız, sabırsız, tatminsiz, güven arayan, zevkine düşkün, internette bol vakit geçiren, geleneklere bağlı olmayan ve içe dönük gibi çeşitli özellikler barındırdığı ifade edilmektedir (Beyaz, 2020: 56). Bu durumda içine doğdukları özellikle teknolojik anlamda hızlı değişim sürecinin bu bireylerin, tüketim alışkanlıklarına, karar verme biçimlerine ve değer yargılarına etki etmemesi beklenemez (Gümüş, 2020: 381).

Spor söz konusu olduğunda da kuşaklar arasındaki tüketim şekilleri ciddi anlamda farklılıklar göstermektedir. Nielsen (2019) tarafından yapılan bir araştırmaya göre; daha hızlı oyun temposuna sahip sporların Z Kuşağı hayranlarının ilgisini çekmede daha iyi olduğu sonucuna ulaşılmış ve sörf, ekstrem sporlar, çim hokeyi, karma dövüş sanatları ve basketbol gibi sporlara diğer kuşaklara oranla daha fazla ilgi gösterdikleri belirlenmiştir. Yine aynı araştırmada bu kuşaktaki bireylerin izleyici olarak sporu tüketme şekilleri de dikkat çekicidir (Tablo 5). Z kuşağındaki bireylerin spor ile ilgili haberleri genel olarak çevrimiçi platformlar aracılığıyla daha sık takip ettiği görülmektedir.

Tablo 5. Z Kuşağı bireylerin sporla ilgili haberleri takip etme şekilleri

	Z Kuşağı (%)	25-69 Yaş Arası (%)
TV	64,9	70,6
Video Akış Platformları	55,7	36,4
Sosyal Medya	53,7	36,2
Websiteleri	53,1	43,8
Sosyal Mesajlaşma	53,1	40,1
Uygulamalar	44,2	31,3
Radyo	33,9	39,2
Kulüp/Lig/Etkinlik Resmi Websiteleri	33	25,4
Gazeteler	31	38,2
Dergiler	27,1	28,2
Email	26,1	24,5
Podcastler	25,3	18,1

Kaynak: Nielsen (2019). Game Changer: Rethinking Sports Experiences For Generation Z.

Bu noktada hip-hop kültürü ile gençlik arasındaki bağlantıya değinmek faydalı olacaktır. Amerika tarihinde ezilen bir azınlıktan kaynaklanan bir müzik türü ve kültürel fenomen olan hip-hop, pop kültürünün ve tüketiciliğin ayrılmaz bir parçası haline gelerek günümüz gençliği üzerinde önemli bir etki göstermiştir (Cabalquinto, 2020: 18). Dünya çapında müzik kayıt endüstrisini temsil eden bir kuruluş olan Uluslararası Fonografik Endüstrisi Federasyonu tarafından yapılan araştırmaya göre; küresel anlamda hip-hop gençler arasında popüler bir müzik türü olarak görülmektedir (IFPI, 2019). Araştırmada elde edilen sonuçlardan bazıları şu şekildedir;

- 16-24 yaş aralığındaki kişilerin, diğer yaş gruplarına göre en sevdikleri tür olarak hip-hop veya rap'i seçme olasılıkları dört kat daha fazladır.
- 16-24 yaş arasındaki beş kişiden birden fazlası - Güney Afrika'da (% 27), Rusya'da (% 23), Polonya'da (% 24) ve Almanya'da (% 21)- hip-hop'un en sevdikleri tür olduğunu söylemektedir.

Tüm bunların yanında break dans, kaykay gibi sporların olimpiik miras açısından farklı bir önemi bulunmaktadır. Sokaklarda şekillenen bu etkinliklerin gerçekleştirilmesinde devasa stadyumlara ihtiyaç duyulmamaktadır. Aksine bu tip sporların kolay ulaşılabilir olması onları değerli hale getirmiş, olimpiik hareketin sokağa inerek daha fazla insana ulaşmasına yardımcı olacağı düşünülmüştür. Bu noktada yeni eklenen oyunlar aynı zamanda spor ve kültür arasında özellikle müzik yoluyla bağlantı kurabilme potansiyeline sahip olduğu görülmektedir.

6. Değerlendirme ve Sonuç

Bir egzersiz, kültürel hareket, oyun gibi modern sporlar kapsamında değerlendirilmeyen bir aktivitenin “spor” olarak dönüşmesini ve olimpiyatlara dahi katılabilmesinin yolunu açabilen sportifleştirme ile birlikte ortaya çıkacak en büyük tartışmalar bu aktivitelerin spor olup olmadığı ile alakalı olacaktır. Uzun yıllardır satranç, briç, bilardo, e-spor gibi branşlar üzerine yapılan “spor” olup olmadığı ile alakalı tartışmaların alana herhangi bir katkı sağlamadığı görülmektedir. Dolayısıyla artık sporun gelişimi için önemli olan konu o aktivitenin spor olup olmadığından ziyade sektörün devamı ve geleceği için genç kuşaklardan oluşan geniş bir kitle demografisiyle nasıl bir bağlantı kurduğu olacaktır. Nitekim Çağdaş Olimpiik Hareket için de önemi her geçen gün artan konu; genç kuşaklarla nasıl bağlantılı kalınacağıdır (Wheaton ve Thorpe, 2022). Bu çalışma kapsamında kaykay ve break dansın sportifleştirme sürecindeki temel neden gençlere ve geniş kitlelere ulaşması ve dönüşümü incelenmektedir. Nitekim bu dönüşümü mümkün kılan şey sporun çok katmanlı, farklı disiplinlerle ilişkili yapısı nedeniyle çeşitli kültürel unsurlarla sürekli ve durdurulamayan bir etkileşim içerisinde olmasıdır.

Sporun ilişkili olduğu hip-hop kültürü ortaya çıktığı 1970'li yılların aksine günümüzde daha farklı bir konumda yer almaktadır. Hip-hop, küresel markaların ortaya çıktığı, geniş bir kitle tarafından tüketilen ana akım, ticarileşmiş ve sürekli büyüyen milyar dolarlık bir sektör haline dönüşmüştür (Harrison ve Oakley, 2020). Bu durum demografik anlamda geniş bir kitleye ulaşma çabası içinde olan spor endüstrisinin de dikkatini çekmektedir. Özellikle hip-hop kültürünün temel elementleri arasında yer alan break dans ve kaykay ile sokak basketbolu gibi bu kültürle ilişkili unsurların sportifleştirilmesiyle birlikte hip-hop kültürü ile spor endüstrisi arasındaki ilişkinin farklı bir konuma geldiği görülmektedir.

Bu doğrultuda özellikle kaykay ve break dansın, olimpik spor olma süreci göz önüne alındığında IOC'nin oyunları sürdürülebilir hale getirme ve özellikle gençlerden oluşan geniş çapta demografik bir kitleye ulaşma çabaları açık bir şekilde görülmektedir. Bu çabalar bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde Olimpik Hareketin, hip-hop kültürü ile ilişkili hale gelmesini sağlamaktadır. Burton'a (2020) göre; bu iki eğlence biçiminin (spor ve hip-hop) sağladıkları şeyler farklı olsa da, günümüzde kültür ve toplum üzerindeki bağlantı ve etkileri nedeniyle kalıcı olarak birbirleriyle bağlantılı olacaktır.

Sonuç olarak sokaklarda ortaya çıkan bir alt kültür olarak hip-hop kültürü, etrafındaki unsurlarla birlikte spor endüstrisinin içerisinde çeşitli şekillerde yer almayı başarmıştır. Birçok hip-hop sanatçısı şarkılarında spor ile ilgili ifadeler kullanmış, birçok sporcu kendi hip-hop albümlerini kaydetmiştir. Bunun yanında hip-hop kültürünün ana elementlerinden break dans, sportifleştirme sürecinden geçerek olimpik bir spor olmuştur. Ayrıca hip-hop kültürünün unsurlarının sportifleşmesi, olimpik hareketin sürdürülebilirlik hedefleri kapsamında hem oyunların hem de sporun sokaklara dönüşüne ve demografik anlamda geniş yelpazede bir kitleye ulaşmasına imkân sağlayacağı düşünülmektedir. Fuse Marketing (2019) tarafından yaşları 13 ile 18 arasında değişen 1000 genç üzerinde Tokyo 2020 Yaz Olimpiyatları'na eklenen yeni sporlarla ilgili olarak yapılan araştırmaya göre;

- Katılımcıların %61'i kendilerini Olimpiyat hayranları olarak görürken, bu beş yeni sporun Olimpiyatlara eklenmesiyle birlikte %45'i artık oyunlara daha olumlu bakmaktadır
- Katılımcıların %57'sinden fazlası, yeni spor eklemelerinin Olimpiyatları ve yeni spor disiplinlerini izleme olasılıklarını artırdığını belirtmektedir.

Nitekim Olimpiyatların bitiminden önce bile, özellikle kaykay ve sörfün ilk hafta en çok izlenen 10 etkinlik arasında yer aldığı Brezilya'da, yeni sporlar nedeniyle genel izleyici sayısında önemli bir artış olduğunu bildirmiştir (Reuters, 2021). Uluslararası Basketbol Federasyonu'nun 3x3 basketbolu için belirlediği "Sokaklardan Olimpiyatlara" sloganı break dans ve kaykayı da kapsayacak şekilde gerçeğe dönüşürken, bu durum aynı zamanda olimpik hareketin sürdürülebilirlik hedefleri kapsamında oyunların sokaklara yani tabana daha fazla yayılmasına olanak sağlaması da beklenmektedir. Tüm bu gelişmeler ayrıca gelecekteki Olimpiyat Oyunları'nda madalya sporu olmayı hedefleyen spor branşları için de önemli bilgiler sağlamaktadır.

Kaynaklar

- Akyıldız, O. (2021). Kaykay kültürünün hip-hop ile ilişkisi nasıl gelişti? Erişim Tarihi: 26.04.2021. <https://www.rapertuar.com/dosya/kaykay-kulturunun-hip-hop-ile-iliskisi-nasil-gelisti/>
- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan kuşağa tüketim olgusu ve geleceğin tüketici profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203-212.

- Baade, R. A., & Matheson, V. A. (2016). Going for the gold: The economics of the Olympics. *Journal of Economic Perspectives*, 30(2), 201-218.
- Bateman, A., ve Bale, J. (2008). *Sporting sounds: Relationships between sport and music*. Routledge.
- Bateman, A. (2014) Introduction: sport, music, identities, *Sport in Society*, 17:3, 293-302, DOI: 10.1080/17430437.2013.810422
- Beyaz, R . (2020). Z Kuşağı Tüketicilerin Kişilik Özellikleri Ve Bilinçli Tüketim Eğilimleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi . *Gençlik Araştırmaları Dergisi* , 8 (22) , 51-75 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/genclikarastirmalari/ihsue/59338/776553>
- Burton, T. (2020). Link between Hip-Hop and Sports. Erişim Tarihi: 05.05.2023. <https://wzip.uakron.edu/link-between-hip-hop-and-sports/>
- Cabalquinto, J. A. (2020). Effect of Hip Hop on Youth Consumerism. *Pepperdine Journal of Communication Research*, 8(1), 3.
- Çakır, V. O., ve Korkmaz, S. (2015). Müzik ve hareket bağlamında futbol tezahüratları. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*.
- Çelik, Ç. ve Karabilgin, B. N. (2022). Müziğin Sporcular Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi . *Düzce Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi* , 2 (1) , 38-44.
- Desbordes, M., ve Richelieu, A. (Eds.). (2012). *Global sport marketing: Contemporary issues and practice*. Routledge.
- Devecioğlu, S. (2020). Spor Sektöründe Yeni Ufuklar. Erişim Tarihi: 05.05.2023. <https://www.akademikakil.com/spor-sektorunde-yeni-ufuklar/sebahattindevecioglu/>
- Erdal, G. (2005). Sporda Performansın Artırılmasında Müziğin Etkisi, 4. Ulusal Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Sempozyumu, 10(11).
- Fuse Marketing (2019). Olympic Facelift Youth Sports. Erişim Tarihi: 05.05.2023. <https://www.fusemarketing.com/thought-leadership/olympic-facelift-youth-sports/>
- Gosa, T. L. (2015). *The fifth element: Knowledge*. The Cambridge companion to hip-hop, 56-70.
- Gratton, C., ve Taylor, P. (2000). *Economics of sport and recreation*. London: E & FN Spon.
- Gümüş, N. (2020). Z Kuşağı tüketicilerin satın alma karar tarzlarının incelenmesi. *Journal of Yaşar University*, 15(58), 381-396.

- Harrison, C. K., ve Coakley, J. J. (2020). Hip-Hop and Sport—An Introduction: Reflections on Culture, Language, and Identity. *Sociology of Sport Journal*, 37(3), 166-173.
- Heere, B. (2018). Embracing the sportification of society: Defining e-sports through a polymorphic view on sport. *Sport Management Review*, 21(1), 21-24.
- IFPI (2019). Music Listening 2019. Erişim Tarihi: 05.05.2023. <https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/07/Music-Listening-2019-1.pdf>
- IOC (2014). OLYMPIC AGENDA 2020. Erişim Tarihi: 05.05.2023. https://stillmedab.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/Olympic-Agenda-2020/Olympic-Agenda-2020-20-20-Recommendations.pdf#_ga=2.195025640.479004779.1611781594-4599711.1611342151
- IOC (2016). Olympic Games Tokyo 2020. Tokyo 2020 OCOG Proposal on New Sports.
- IOC (2016). Buenos Aires 2018 Youth Olympic Games Proposal for Additional Sports. *Olympic News*.
- IOC (2017). Tokyo 2020 event programme to see major boost for female participation, youth and urban appeal. Erişim Tarihi: 05.05.2023. <https://www.olympic.org/news/tokyo-2020-event-programme-to-see-major-boost-for-female-participation-youth-and-urban-appeal>
- Jeffries, M. P. (2011). *Thug life: Race, gender, and the meaning of hip-hop*. University of Chicago Press.
- Karageorghis, C. I. (2017). Applying music in exercise and sport. *Human Kinetics*.
- Karageorghis, C.I., ve Terry, P.C. (2009). The psychological, psychophysical and ergogenic effects of music in sport: A review and synthesis. In A. Bateman & J. Bale (Eds.), *Sporting sounds: Relationships between sport and music*. London: Routledge.
- Laukka, P., ve Quick, L. (2013). Emotional and motivational uses of music in sports and exercise: A questionnaire study among athletes. *Psychology of Music*, 41(2), 198-215.
- Li, R. Z., ve Vexler, Y. A. (2019). Breaking for gold: Another crossroads in the divergent history of this dance. *The International Journal of the History of Sport*, 36(4-5), 430-448.
- Lombard, K. J. (2015). *Skateboarding: Subcultures, sites and shifts*. Routledge.
- Maguire, L. (2019). Gen Z wants something very different from streetwear. Erişim Tarihi: 05.05.2023. <https://www.voguebusiness.com/consumers/gen-z-streetwear-supreme-off-white-depop-adidas>
- Manivet, B., ve Richelieu, A. (2008). Dangerous liaisons: how can sports brands capitalise on the hip hop movement. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 3(1-2), 140-161.
- Maria, P. (2018). 30th Anniversary “Just Do It”, Nike.
- McGuinness, M. (2008). ‘Friday Night and the Gates are Low’: popular music and its relationship (s) to sport. In *Sporting Sounds* (pp. 193-206). Routledge.
- McLeod, K. (2006). “We are the Champions”: masculinities, sports and popular music. *Popular Music and Society*, 29(5), 531-547.
- Nielsen (2019). *Game Changer: Rethinking Sports Experiences For Generation Z*.
- Öymen, G. (2018). Sokak modası, moda ikonu ve kültürel olgu bağlamında ‘Sneakers’.
- Park, M. S., ve Tae, H. S. (2016). Arts style and national identity reflected in the Olympics opening ceremonies: A comparison of the 2008 Beijing Olympics and the 2012 London Olympics. *Quest*, 68(2), 170-192.
- Price III, E. G. (2006). *Hip hop culture*. Bloomsbury Publishing USA.
- Rajakumar, M. (2012). *Hip hop dance*. Abc-Clio.
- Reuters (2021). Surfing, skating buoys viewership while ratings suffer. Erişim Tarihi: 05.05.2023. <https://www.reuters.com/lifestyle/sports/surfing-skating-boosts-viewership-lack-fans-has-zero-impact-ioc-2021-08-03/>
- Rodgers, B. (1977) *Rationalizing Sports Policies; Sport in its Social Context: International Comparisons*, Council of Europe, Strasbourg.
- Seemiller, C., ve Grace, M. (2018). *Generation Z: A century in the making*. Routledge.
- Stevens, M.J., Lane, A.M. (2001). Mood-Regulating Strategies Used By Athletes, *Athletic Inside, The Online Journal of Sport Psychology*, 3-10.
- Taş, H. Y., Demirdöğmez, M., & Küçüköğlü, M. (2017). Geleceğimiz olan Z kuşağının çalışma hayatına muhtemel etkileri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 1031-1048.
- Taylor, C. S., ve Taylor, V. (2004). Hip-hop and youth culture: Contemplations of an emerging cultural phenomenon. *Reclaiming children and youth*, 12(4), 251.
- The Business Research Company (2023). *Sports Global Market Report 2023*. Erişim Tarihi: 05.05.2023.

<https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/sports-global-market-report>

Uluğ, N. (1936). Olimpiyatlar Hakkında Umumi Mutalalar. Türk Spor Kurumu Dergisi. no.7. 8.

Wenzel, S. (2001). Streetball. Ein jugendkulturelles Phänomen aus sozialwissenschaftlicher Perspektive. Opladen: Leske+ Budrich.

Wheaton, B., ve Thorpe, H. (2018). Action sports, the Olympic Games, and the opportunities and challenges for gender equity: The cases of surfing and skateboarding. Journal of sport and social issues, 42(5), 315-342.

World Sktae (2021). About World Skate. Erişim Tarihi: 05.05.2023.
<http://www.worldskate.org/about/about-world-skate.html>

worlddancesport.org (2021). DanceSport Disciplines. Erişim Tarihi: 23.03.2023. Erişim Tarihi: 05.05.2023.
<https://www.worlddancesport.org/About/Dance-Styles/DanceSport-Disciplines>

